

**MOTIF IBU RUMAH TANGGA SURABAYA DALAM MENONTON
PROGRAM ACARA TALK SHOW “MAMAH DAN AA” DI INDOSIAR**

(Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Motif Ibu Rumah Tangga Surabaya Dalam Menonton
Program Acara Talk Show ”Mamah Dan Aa” di Indosiar)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Pada

FISIP : UPN “Veteran” Jawa Timur



Oleh :

BRAMANTIA DHANI KUSUMA

NPM : 0443010590

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2010**

**MOTIF IBU RUMAH TANGGA SURABAYA DALAM MENONTON PROGRAM
ACARA TALK SHOW “MAMAH DAN AA” DI INDOSIAR**

**(Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Motif Ibu Rumah Tangga Surabaya
Dalam Menonton Program Acara Talk Show “Mamah dan Aa” di Indosiar)**

Oleh :

BRAMANTIA DHANI KUSUMA
0443010590

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada tanggal 9 Juni 2010**

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

1. Ketua

Drs. Syaifuddin Zuhri, M.Si
NPT. 3 7006 94 0035 1

Ir. Didiek Tranggono, M.Si
NIP. 19581225 199001 1001

2. Sekretaris

Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si
NPT. 3 7006 94 0035 1

3. Anggota

Zainal Abidin Achmad, M.Si, M.Ed
NPT. 3 7305 99 0170 1

**Mengetahui,
DEKAN**

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 19550718 798302 2001

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT karena atas segala rahmat dan ridhonya, maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **“MOTIF IBU RUMAH TANGGA SURABAYA DALAM MENONTON ACARA TALK SHOW “Mamah dan Aa”” DI INDOSIAR** (Studi Deskriptif Motif Ibu Rumah Tangga Surabaya Dalam Menonton Acara Talk Show “Mamah dan Aa”” di Indosiar)”. Penulisan skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan yang penulis miliki, baik dalam penyajian material maupun dalam pengungkapan bahasanya.

Disadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari segala bimbingan, bantuan, dan dorongan dari bapak Drs, Syaifuddin Zuhri, MSi yang telah banyak memberikan pengarahan dan dorongan yang sangat bermanfaat sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati ingin menyatakan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dra. Hj. Suparwati, MSi Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

2. Bapak Juwito, S. Sos, MSi. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Drs, Syaifuddin Zuhri, MSi. Sebagai dosen Pembimbing dalam skripsi ini.
4. Orang tua dan keluarga tercinta.
5. Cindy yang bikin semangat lagi nerusin skripsi ini.
6. Teman-teman angkatan 2004, terimakasih atas bantuannya
7. Soelastrie People (Sibro, Jhonny, Negro, Ndoweh, Kecenk, Krebo, Nyambek, Oon, Jojo, Sipenk, Fariz, Kembal, Rossi, Ateng, Cagak, Sefi, Lawas, Cephi, Tewel, Gembul, Elly, Boti, Toby, Reno, Juwita, dan lainnya)
8. Dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang secara langsung telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Surabaya, Mei 2010

Bramantia Dhani Kusuma

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN MENGIKUTI UJIAN	
SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAKSI.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Kegunaan Penelitian	10
1.4.1. Kegunaan Teoritis	10
1.4.2. Kegunaan Praktis	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1. Televisi	11
2.1.2. Pengaruh Televisi Terhadap Sistem Komunikasi	12

2.1.3. Teori Kebutuhan	13
2.1.4. Definisi dan Deskripsi Motif	14
2.1.5. Masyarakat Sebagai Khalayak	16
2.1.6. Program Talk show	17
2.1.7. Acara Talk show Mamah dan Aa'	18
2.1.8. Teori <i>Uses</i> dan <i>Gratifications</i>	19
2.2. Kerangka Pikir	22
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1. Definisi Operasional	25
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	30
3.2.1. Populasi	30
3.2.2. Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	31
3.3. Teknik Pengumpulan Data	32
3.4. Teknik Analisis Data	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	34
4.1.1. Gambaran Umum Ibu Rumah Tangga Surabaya.....	34
4.1.2. Gambaran Umum Program Talk Show	
”Mamah dan Aa”” di Indosiar	35
4.2. Penyajian dan Analisa Data	37
4.2.1. Identitas Responden.....	37
4.2.2. Frekwensi Menonton Acara Talk Show	
”Mamah dan Aa”” di Indosiar	39

4.2.3. Motif Ibu Rumah Tangga dalam Menonton Acara	
Talk Show ”Mamah dan Aa”” di Indosiar	39
4.2.3.1. Motif Informasi	40
4.2.3.2. Motif Identitas Personal	46
4.2.3.3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial	53
4.2.3.4. Motif Hiburan	57
4.2.4. Kategori Motif Secara Umum	62
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1. Kesimpulan	67
5.2. Saran	69
 DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : <i>Uses dan Gratification Model</i>	22
Gambar 2.3. : Kerangka Berpikir	24

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Usia Responden	37
Tabel 2. Tingkat Pendidikan	38
Tabel 3. Frekwensi Responden Dalam Menonton Acara "Mamah dan Aa" di Indosiar	39
Tabel 4. Pertanyaan 1 Untuk Motif Informasi	40
Tabel 5. Pertanyaan 2 Untuk Motif Informasi	42
Tabel 6. Pertanyaan 3 Untuk Motif Informasi	43
Tabel 7. Pertanyaan 4 Untuk Motif Informasi	44
Tabel 8. Pertanyaan 1 Untuk Motif Identitas Personal	46
Tabel 9. Pertanyaan 2 Untuk Motif Identitas Personal	48
Tabel 10. Pertanyaan 3 Untuk Motif Identitas Personal	50
Tabel 11. Pertanyaan 4 Untuk Motif Identitas Personal	51
Tabel 12. Pertanyaan 1 Untuk Motif Integrasi Interaksi Sosial	53
Tabel 13. Pertanyaan 2 Untuk Motif Integrasi Interaksi Sosial	55
Tabel 14. Pertanyaan 3 Untuk Motif Integrasi Interaksi Sosial	56
Tabel 15. Pertanyaan 1 Untuk Motif Hiburan.....	58
Tabel 16. Pertanyaan 1 Untuk Motif Hiburan.....	59
Tabel 17. Pertanyaan 1 Untuk Motif Hiburan.....	61
Tabel 18. Motif Informasi Secara Umum	62
Tabel 19. Motif Identitas Personal Secara Umum	63

Tabel 20. Motif Integrasi Interaksi Sosial Secara Umum.....	64
Tabel 21. Motif Hiburan Secara Umum.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran I. Kuesioner	71
Lampiran II. Tabel Rekapitulasi Motif Informasi	76
Lampiran III. Tabel Rekapitulasi Motif Identitas Personal	79
Lampiran IV. Tabel Rekapitulasi Motif Integrasi dan interaksi Sosial.....	82
Lampiran V. Tabel Rekapitulasi Motif Hiburan	85

ABSTRAKSI

Bramantia Dhani Kusuma, 0443010590, Motif Ibu Rumah Tangga Surabaya Dalam Menonton Program Acara Talk Show “Mamah dan Aa” di Indosiar (Studi deskriptif tentang motif ibu rumah tangga Surabaya dalam menonton program acara talk show “Mamah dan Aa” di Indosiar)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif ibu rumah tangga di Surabaya dalam menonton acara *talk show* “Mamah dan Aa” di Indosiar.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teori Kebutuhan, Televisi dan teori *uses & gratifications*

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu membuat kriteria – kriteria pada sampel yang akan diteliti demi mendukung tujuan penelitian. Kriteria dalam sampel tersebut adalah ibu rumah tangga domestic yang muslim, yang hanya mengerjakan pekerjaan rumah dan tidak mempunyai pekerjaan di luar rumah serta menonton acara talk show “Mamah dan Aa” di Indosiar dan berumur diatas 20 tahun. Kemudian Metode untuk menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan tabel frekuensi data dari hasil kuesioner, kemudian diolah secara deskriptif dari setiap pertanyaan yang diajukan.

Hasil dari pengolahan data yang didapatkan melalui kuisisioner yang disebarkan, maka dapat disimpulkan bahwa motif ibu rumah tangga dalam menonton program acara talk show “Mamah dan Aa” di Indosiar tertinggi didorong oleh kebutuhan informasi, kemudian integrasi dan interaksi social dan identitas personal. Sedangkan untuk kebutuhan hiburan mereka memilih program acara lain, seperti infotainment, komedi lokasi atau *reality show*.

Kata kunci: Motif, Ibu rumah tangga, acara talk show “Mamah dan Aa” di Indosiar

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam menjalani kehidupannya sehari-hari manusia tentunya tidak bisa lepas dari kegiatannya untuk bersosialisasi dengan orang lain dan untuk bersosialisasi itulah manusia memerlukan komunikasi sehingga akhirnya timbul interaksi dalam kehidupan manusia. Hal ini sesuai dengan pernyataan Soekanto bahwa suatu interaksi tidak mungkin terjadi apabila tidak memenuhi dua syarat, yaitu adanya kontak *sosial* dan komunikasi (Soekanto, 1990 : 71), maka ketika seseorang melakukan suatu proses komunikasi dengan orang lain dibutuhkan suatu kesamaan makna sehingga diharapkan agar proses komunikasi yang sedang terjadi dapat berlangsung efektif dan akan terjadi suatu kepuasan diantara keduanya dan dikemudian hari tidak akan ragu-ragu lagi dalam mengulangi proses komunikasi.

Masyarakat dalam kehidupannya membutuhkan informasi untuk memenuhi segala kebutuhan yang semakin beragam. Informasi selalu berkembang seiring dengan perubahan jaman. Dapat dikatakan masyarakat tidak hanya butuh melainkan masyarakat sangat dituntut untuk mengetahui informasi – informasi yang selalu berkembang. Dalam penyampaian informasi tidak lepas dari proses komunikasi dimana dalam proses komunikasi selalu membutuhkan sarana atau media dalam menyampaikan informasinya, baik melalui media massa atau melalui media komunikasi interpersonal. Agar informasi dapat diterima dengan baik oleh masyarakat, media yang digunakan harus tepat pula.

Komunikasi dapat dilakukan secara langsung dan dapat pula dilakukan secara tidak langsung, yaitu dengan menggunakan media massa. Media massa tersebut adalah pers, radio, televisi, film, dan lain – lain. Dalam perkembangannya pers mempunyai dua pengertian yakni pers dalam pengertian luas dan pers dalam pengertian sempit. Pers dalam pengertian luas meliputi segala penerbitan bahkan termasuk media massa elektronik, radio, siaran, dan televisi siaran. Sedangkan pers dalam pengertian sempit hanya terbatas pada media massa cetak yakni, surat kabar, majalah, tabloid, dan buletin kantor berita. (Effendy, 1993 : 145)

Seiring dengan perkembangannya ilmu pengetahuan dan teknologi, dalam memperoleh informasi tidak hanya komunikasi secara langsung (tatap muka), tetapi juga dapat melalui media massa untuk membantu komunikator berhubungan dengan khalayaknya. Media massa dapat menjadi jembatan untuk menghubungkan komunikator dengan komunikan yang melintasi jarak, waktu, bahkan pelapisan sosial dalam suatu masyarakat. Media massa mempunyai pengaruh besar dalam pembentukan respon dan kepercayaan masyarakat. Dalam penyampaian informasi sebagai tugas pokok media massa membawa pula pesan – pesan yang berisi sugesti yang dapat mengarahkan respon seseorang. Adanya informasi baru mengenai sesuatu hal yang dapat memberikan landasan kognitif baru bagi terbentuknya sikap terhadap hal tersebut.

Kehadiran media massa merupakan gejala awal yang menandai kehidupan masyarakat modern sekarang ini. Hal ini dapat dilihat melalui meningkatnya tingkat konsumsi masyarakat terhadap berbagai bentuk media massa dan bermunculan media

baru yang menawarkan banyak pilihan pada khalayaknya, yang pada akhirnya akan menimbulkan ketergantungan masyarakat pada media elektronik tersebut.

Media televisi sudah menjadi kebutuhan masyarakat untuk mengetahui perubahan serta peristiwa yang terjadi di belahan dunia lain mulai dari film, berita, hingga kemajuan teknologi yang tengah berlangsung. Dibandingkan dengan media massa yang lain televisilah yang paling efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan selain mengeluarkan suara, televisi juga menampilkan gambar, sehingga informasi yang disampaikan akan lebih mudah dimengerti. Pengaruh televisi terhadap sistem komunikasi tidak lepas dari pengaruh terhadap aspek – aspek kehidupan pada umumnya. Televisi disini menimbulkan pengaruh terhadap kehidupan masyarakat yang sudah terlanjur mengetahui dan merasakannya, baik pengaruh yang positif ataupun pengaruh yang negatif. (Effendy, 1996:122)

Selain itu televisi juga memiliki kelebihan dan kekuatan tersendiri. Kelebihan dari media televisi adalah paket acaranya yang mampu membuka wawasan berpikir pemirsa untuk menerima dan mengetahui kejadian yang berada di lingkungan masyarakat. (Kuswandi, 1996 : 94) Sedangkan kekuatan dari media televisi adalah menguasai jarak dan ruang, dapat menjangkau massa dalam jumlah besar, nilai aktualitas yang cepat, daya rangsang pemirsanya yang cukup tinggi, serta menyampaikan informasi dengan lebih singkat, jelas, dan sistematis. Mengingat kemampuan televisi dalam menguasai jarak secara geografis dan sosiografis. (Kuswandi, 1996), maka televisi dapat memberikan pengaruh yang lebih besar pada khalayak dibanding dengan radio dan surat kabar.

Setiap individu memilih media yang sesuai dengan kebutuhan mereka, hal ini sekaligus menentang gagasan *audience* pasif dan bergantung pada sejumlah asumsi. Satu diantaranya adalah bahwa anggota *audience* secara individual, dalam ukuran tertentu,. Memilih secara sadar dan termotivasi diantara berbagai pokok isi. Ada berbagai versi pendekatan yang berbeda dan berbagai rumusan teori yang mendasarinya. (McQuail dan Gurevitch, 1991 : 216)

Seiring dengan berkembangnya teknologi saat ini media menempatkan diri sebagai sarana yang dapat memenuhi kebutuhan khalayak, tak terkecuali media televisi. Hal ini tidak lepasnya dari semakin semakin kompleksnya kebutuhan manusia yang menginginkan pemenuhan secara instan. Kondisi tersebut di manfaatkan banyak industry televise di negeri ini saling bersaing menyuguhkan tayangan yang dapat memenuhi hasrat khalayak sebagai pemirsa televise.

Semakin bertambahnya jumlah stasiun televise swasta yang mengudara saat ini merupakan bukti dari ketergantungan khalayak akan keberadaan media. Misalnya stasiun televise swasta Indosiar yang berusaha untuk dapat memenuhi kebutuhan khalayak dengan program acara yang bervariasi. Dari beberapa program acara yang ditawarkan oleh Indosiar pada dasarnya tidak jauh berbeda dengan stasiun televise swasta lainnya. Misalnya program siaran berita, reality show, infotainment, kuis, sinetron, acara music dan program siraman rohani bagi umat beragama.

Setiap umat beragama membutuhkan acara yang dapat menambah wawasan mereka terhadap kepercayaan yang mereka yakini. Yaitu program acara kerohanian yang tentunya dapat mendekatkan diri mereka terhadap sang pencipta. Suksesnya sebuah program acara tergantung pada kemasan dalam penyajiannya. Terkadang

media televisi merefleksikan sebuah fenomena rohani dalam ilustrasi sebuah sinetron. Tetapi yang seringkali kita saksikan penyajian dalam bentuk *talk show* dengan menghadirkan nara sumber ahli.

Tayangan *talk show* Mamah dan Aa' adalah salah satu program acara kerohanian bagi umat muslim. Acara ini ditayangkan setiap hari selepas subuh dengan topic yang berbeda – beda mengenai agama islam. Selain itu dalam acara ini selalu di hadiri oleh organisasi dari ibu PKK dari berbagai penjuru sebagai audiencenya. Di sela – sela acara juga di adakan sesi interaktif dimana pemirsa yang hadir di studio dapat berinteraksi secara langsung dengan nara sumber. Bukan itu saja pemirsa di rumah pun dapat menghubungi nomor telepon yang sudah di sediakan untuk dapat berkomunikasi langsung dengan nara sumbernya, yang dikenal dengan istilah “Mah, Curhat Dong”.

Nara sumber pada acara *talk show* tersebut adalah Mamah Dedeh yang dikenal energik dan selalu bersemangat dalam berdakwah dengan usianya yang sudah tidak muda lagi. Sosok ini mempunyai ciri khas yang mungkin sangat mudah tersimpan di benak orang yang mengenal atau pernah melihatnya. Dengan suara lantang dan tanpa kompromi dalam menyikapi setiap orang yang berkonsultasi mengenai kehidupan islami dengan berpegang teguh pada hokum islam. Selain itu, beliau juga mempunyai tawa yang bagi setiap orang merupakan ciri khas tersendiri, dimana tawa tersebut akan terdengar ketika pemandu acara mengeluarkan joke pencair suasana.

Abdel sebagai pemandu acara dalam tayangan Mamah dan Aa' yang sebelumnya memang dikenal sebagai comedian mampu menghidupkan suasana

bahkan mencairkan keadaan. Abdel merupakan satu satunya sosok pria yang muncul dalam acara tersebut, dimana yang lain adalah kaum hawa. Jadi ketika pembahasan yang berhubungan dengan kaum pria, maka dia akan menjadi sasaran sindiran, hujatan atau bahkan pujian. Tapi bukan Abdel namanya jika tidak bias membalas dengan joke yang dapat mengocok perut audience yang hadir langsung di studio atau pemirsa di rumah.

Topic yang di angkat dalam acara ini selalu berbeda setiap harinya, namun tetap dalam koridor kehidupan islami. Tentang kehidupan social, politik, ekonomi dan kehidupan pribadi dalam perspektif islam. Namun yang paling banyak di kupas dalam acara tersebut adalah mengenai kehidupan social. Bagaimana seharusnya seorang muslim bergaul dengan lingkungan sekitar, keluarga atau diri sendiri. Program ini banyak mengambil hati para pemirsa khususnya ibu rumah tangga, terbukti dengan account facebook yang diciptakan untuk menampung curhat dari pemirsanya.

Program acara Mamah dan Aa' yang berdurasi 1 jam ini sebagian besar pemirsanya adalah kaum perempuan yang umumnya ibu rumah tangga. Wajar saja karena nara sumber dalam acara ini juga seorang muslimah yang tentunya lebih banyak memahami tentang apa yang di rasakan oleh kaum hawa. Acara ini sangat dibutuhkan oleh setiap muslimah untuk menambah pengetahuan mereka mengenai agama yang selama ini mereka anut. Terlebih bagi perempuan modern yang kegiatannya lebih banyak disibukkan untuk mengurus hal lain, sehingga hamper tidak mempunyai waktu untuk hadir dalam pengajian secara langsung.

Sebenarnya di stasiun televisi swasta lain juga terdapat program acara yang sama bahkan tayangannya pun pada jam yang sama pula. Pemilihan jam tayang program acara juga sangat mempengaruhi di sukai tidaknya sebuah program acara tersebut. Acara Mamah dan Aa' ditayangkan selepas subuh dimana setiap orang khususnya yang beragama muslim terbangun dari istirahatnya untuk menunaikan ibadah sholat dan akan memulai aktifitas lainnya. Tanpa harus meninggalkan rumah untuk mengikuti pengajian mereka akan mendapatkan wawasan mengenai kehidupan islami dengan hanya menyalakan televisi di rumahnya masing – masing.

Dari uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti motif ibu rumah tangga di surabaya dalam menonton acara *talk show* Mamah dan Aa' yang ditayangkan oleh indosiar setiap pagi. Yakni motif yang mendasari Ibu rumah tangga memilih untuk menonton acara tersebut dari pada program acara lain yang juga menawarkan hal serupa. Tentunya motivasi tersebut muncul karena adanya kebutuhan yang harus di penuhi.

Menurut Thorn Burg, motif merupakan sesuatu yang menggerakkan tingkah laku, selain itu motif memberikan arah bagi tingkah laku, motif juga dapat menimbulkan intensitas dalam bertindak, serta merupakan kunci pemuas kebutuhan. Motif dapat timbul karena adanya kebutuhan yang harus dipenuhi. Individu merespon kebutuhan tersebut dengan bertindak laku, bertindak untuk memenuhi kebutuhan tersebut melalui penggunaan media. (Effendy, 1989 : 34)

Adapun menurut tipologi McQuail dan kawan-kawan mengenai kebutuhan seseorang dalam menggunakan media (1991 : 72), yaitu adanya kebutuhan akan informasi, kebutuhan menemukan penunjang nilai-nilai pribadi (identitas personal),

kebutuhan integrasi dan interaksi sosial dan kebutuhan hiburan. Kebutuhan informasi disini kebutuhan seseorang untuk mengetahui keadaan lingkungan sekitarnya, misalnya orang-orang terdekatnya. Untuk identitas personal, seseorang butuh untuk menonjolkan dirinya terhadap orang lain. Sedangkan kebutuhan berintegrasi dan berinteraksi menunjukkan bahwa seorang individu membutuhkan orang lain untuk saling berbagi. Selain itu seorang individu terkadang membutuhkan hiburan untuk melepaskan ketegangan dari aktifitasnya. Kebutuhan-kebutuhan itulah yang akhirnya mendasari motif seseorang dalam menggunakan media, dalam hal ini acara *talk show* Mamah dan Aa' yang di tayangkan Indosiar dengan penyajian yang menarik.

Sebagian diantaranya lebih bersifat 'budaya' dan deskriptif, yang lain lebih bersifat keperilakuan dan fungsionalis. Satu dari pernyataan yang banyak dikutip tentang yang disebut kemudian mengemukakan bahwa semua studi seperti itu, memusatkan perhatian pada (1) sumber kebutuhan (2) *sosial* dan psikologis, yang menimbulkan (3) harapan terhadap (4) media massa dan sumber lainnya, yang mengakibatkan (5) perbedaan pola pembedahan (*exposure*) media massa (atau keterlibatan dalam aktifitas lain) yang menghasilkan (6) pemenuhan kebutuhan dan (7) konsekuensi lainnya. (Katz et al, 1974 : 20). Hal ini yang kemudian mendorong masyarakat atau individu untuk memilih acara *talk show* Mamah dan Aa' yang ditayangkan di Indosiar sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan rohaniah mereka.

Berkaitan dengan pemilihan dan penggunaan media maka penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications*, dimana sebenarnya khalayak adalah pihak yang aktif dan menggunakan media tertentu untuk memenuhi kebutuhannya. (Rakhmat, 2001 : 65).

Indosiar merupakan stasiun televisi nasional swasta Indonesia yang beroperasi dari Daan Mogot, Jakarta Barat sejak tahun 1994. Dalam siarannya, indosiar banyak menekankan acara – acara yang berkaitan dengan kebudayaan. Salah satu program kebudayaan yang selalu ditayangkan adalah acara pertunjukan wayang pada malam minggu. Meskipun demikian, saat ini rancangan yang menjadi ciri khas indosiar adalah rancangan reality TV. Reality TV tersebut meliputi Utama, Berita, Kartun, Sinetron, Fitur, Agama dan Interaktif.

Obyek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah pemirsa program acara Mamah dan Aa' di Indosiar yang sebagian besar adalah ibu rumah tangga. Ibu rumah tangga merupakan sosok yang penting dalam di dalam sebuah keluarga, dimana ketika seorang kepala keluarga mencari nafkah. Maka secara penuh tanggung jawab keluarga, misalnya anak dibebankan pada seorang ibu. Dalam hal ini seorang ibu rumah tangga harus memiliki bekal yang cukup dalam mendidik anaknya, khususnya mengenai pendidikan agama.

Sedangkan lokasi yang dipilih dalam penelitian ini yaitu Surabaya sebagai Ibu Kota Jawa Timur dengan tingkat kepadatan penduduk terbesar kedua setelah Jakarta. Selain itu, Surabaya saat ini dapat dikategorikan sebagai kota metropolitan dengan masyarakat modern yang menginginkan semua kebutuhan mereka dapat dipenuhi secara instan.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka masalah yang diajukan adalah : " Bagaimana motif Ibu rumah tangga di Surabaya dalam menonton acara *talk show* “Mamah dan Aa'” di Indosiar? "

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana motif ibu rumah tangga di Surabaya dalam menonton acara *talk show* “Mamah dan Aa” di Indosiar.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi tentang penelitian terhadap motif khalayak dalam berkomunikasi melalui internet sebagai referensi yang berguna untuk penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi media televisi yang berkaitan dengan motif motif pemirsa dalam menonton sebuah program acara, khususnya acara *talk show* Mamah dan Aa’ yang di tayangkan di Indosiar.